

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA *3SECOND*
*CLOTHING STORE***



Oleh:
RIZKY SUCI FEBRIYANTI
NPM: 12.1.02.05644

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2016

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA *3SECOND*
*CLOTHING STORE***

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran**



Oleh:

RIZKY SUCI FEBRIYANTI

NPM: 12.1.02.05644

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2016

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA
*3SECOND CLOTHING STORE***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**RIZKY SUCI FEBRIYANTI
NPM: 12.1.02.05644**

**Telah Dipertahankan Didepan Tim Penguji
Pada Tanggal 27 Februari 2016**

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Suwitho, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Prijati, S.E., M.M.


2. Dra. Aniek Wahyuati, M.M.

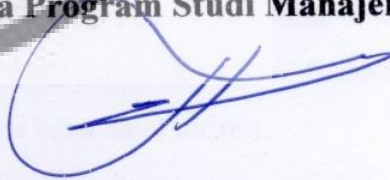
Dinyatakan memenuhi syarat dan diterima

Oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Dra. Aniek Wahyuati, M.M.


Dra. Tri Yuniati, M.M.

Ketua STIESIA



Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZKY SUCI FEBRIYANTI

N.P.M. : 12.1.02.05644

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PADA *3SECOND CLOTHING STORE* dan diajukan untuk diuji pada tanggal 27 Februari 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 27 Februari 2016

Yang membuat pernyataan,



RIZKY SUCI FEBRIYANTI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Rizky Suci Febriyanti
NPM : 12.1.02.05644
Program Studi : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 01 Februari 1995
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 1 (Satu) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Jalan Suko Permai, Desa Sentul
Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Hasyim Asy'ari
Alamat Rumah : Jalan Suko Permai, Desa Sentul
Kecamatan Tanggulangin, Sidoarjo
Telepon : 0812-17778999
Pekerjaan : Pegawai Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Sentul Tahun 2006
2. Tamat SMPN 2 Porong Tahun 2009
3. Tamat SMA Antartika Sidoarjo Tahun 2012
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I-VIII	2012-2016	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya
Oleh

Rizky Suci Febriyanti

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga saya telah berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada *3Second Clothing Store*”.

Skripsi ini saya tulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 1 dan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Skripsi ini telah berhasil saya selesaikan berkat adanya dukungan dari beberapa pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini saya sampaikan terima kasih dan di dedikasikan kepada:

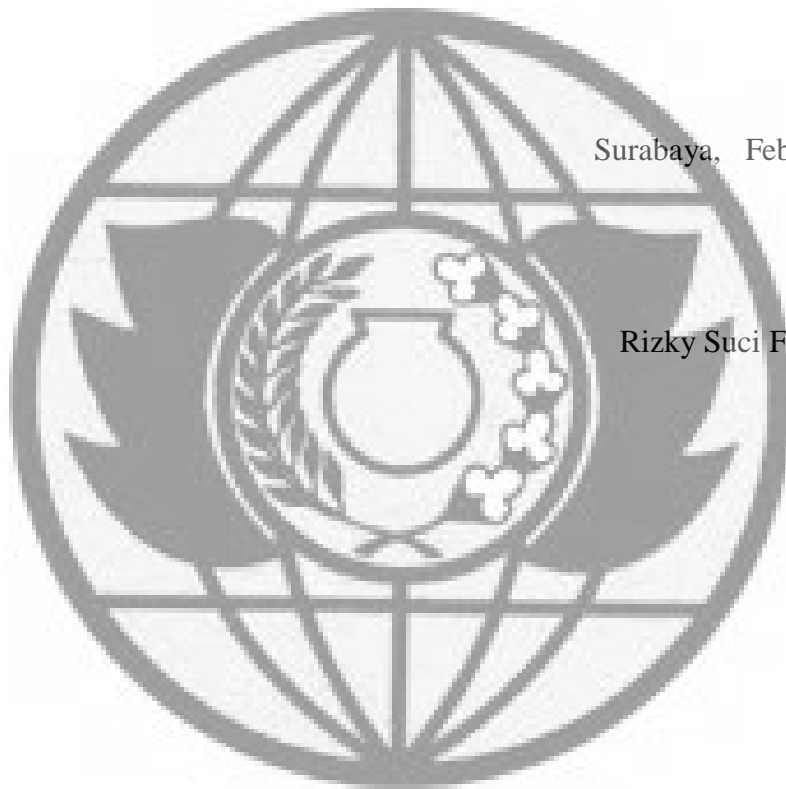
1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra. Aniek Wahyuati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan dorongan semangat dengan penuh kesabaran kepada saya dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Siti Dra. Siti Rokhmi Fuadati, M.Si. selaku dosen wali SM6 angkatan tahun 2012 yang telah memberikan pengarahan selama perwalian berlangsung.

5. Bapak dan Ibu dosen seluruh staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
6. Kedua Orang Tua saya yang setiap waktu memberikan do'a, semangat, harapan dan bimbingan serta bantuan kepada saya dalam menempuh pendidikan hingga terselesaikannya penelitian ini.
7. Bapak Dwi Fandy Rossy selaku kepala toko *3Second Clothing Store* Sidoarjo beserta staf yang telah memberikan izin penelitian untuk skripsi.
8. Teman terbaik Defansha Rafsanjani yang telah sabar memberikan dukungan, motivasi, do'a dan bantuan yang saya butuhkan dalam perkuliahan hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan ide, motivasi, doa serta bantuan hingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Seluruh kawan-kawan SM-6 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Kawan-kawan Hima Manajemen STIESIA Surabaya yang telah bersama-sama belajar dalam berorganisasi sehingga memberikan saya banyak pengalaman, ilmu, inspirasi, dan tentunya juga memberikan doa serta motivasi kepada saya untuk penyelesaian penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terima kasih.

Surabaya, Februari 2016

Rizky Suci Febriyanti



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
INTISARI	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6

BAB 2 TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teoritis..... x	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Konsep Pemasaran.....	8
2.1.2 Promosi	8
1. Pengertian Promosi.....	8
2. Tujuan Promosi.....	9
3. Unsur-unsur Promosi.....	10
2.1.3 <i>Endorser</i>	12
1. Pengertian <i>endorser</i>	12
2.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	12
1. Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	12
2. Atribut (<i>performance</i>) <i>Endorser</i>	13
2.1.5 <i>Brand</i> (Merek).....	14
1. Pengertian Merek.....	14
2. Syarat Merek.....	16
3. Kriteria Pemilihan Merek.....	17
4. Manfaat Merek.....	18
5. Tujuan Digunakannya Merek.....	18
2.1.6 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	19
1. Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	19
2. Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	20

3. Indikator-indikator Citra Merek	21
2.1.7 Perilaku Konsumen	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen	22
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
3. Model Perilaku Konsumen	27
2.1.8 Minat Beli Konsumen	30
1. Pengertian Minat Beli Konsumen	30
2. Indikator-indikator Minat Beli	30
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen	30
2.1.9 Keputusan Pembelian	32
1. Pengertian Keputusan Pembelian	32
2. Tahap-tahap Keputusan Pembelian	32
3. Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen	34
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	35
5. Indikator-indikator Keputusan Pembelian	36
2.1.10 Penelitian Terdahulu	37
2.2 Rerangka Pemikiran	39
2.2.1 Model Konseptual	40
2.3 Perumusan Hipotesis	40

BAB 3 METODA PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi	
Penelitian.....	42
3.1.1 Jenis Penelitian.....	42
3.1.2 Gambaran dan Populasi Penelitian.....	42
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel.....	43
3.2.2 Teknik <i>Sampling</i>	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Jenis Data.....	44
3.3.2 Sumber Data.....	44
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4.1 Variabel.....	46
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	49
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2 Uji Instrumen.....	50
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Realibilitas.....	51
3.5.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	52
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	54
1. Uji F.....	54
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	55
1. Uji Normalitas.....	55
2. Uji Multikolinieritas.....	56
3. Uji Heterokedstasitas.....	56
3.5.6 Pengujian Hipotesis.....	57

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	58
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	58
4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	59
4.1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
4.1.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	60
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian.....	62
4.1.4 Analisis Data.....	74
4.1.4.1 Uji Instrumen.....	74
1. Uji Validitas.....	74
2. Uji Reliabilitas.....	76
4.1.4.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	77
4.1.4.3 Uji Kelayakan Model.....	79
1. Uji F.....	79
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
4.1.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	83
1. Uji Normalitas.....	83

2. Uji Multikolinaritas.....	87
3. Uji Heterokedstas.....	88
4.1.4.5 Uji Hipotesis Penelitian (UJI T).....	90
4.2 Pembahasan	94

BAB 5 PENUTUP

5.1 Simpulan.....	98
5.2 Saran	99
JADWAL PENELITIAN.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	37
2. Kelas Interval	49
3. Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Reliabilitas (alpha)	52
4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	61
5. Karakteristik Responden Menurut Usia	61
6. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	62
7. Kelas Interval	63
8. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Celebrity Endorser</i>	64
9. Distribusi Frekuensi Berdasarkan <i>Brand Image</i>	66
10. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Minat Beli	69
11. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Keputusan Pembelian	72
12. Hasil Uji Validitas	75
13. Hasil Uji Reliabilitas	76
14. Hasil Uji F Model 1	80
15. Hasil Uji F Model 2	80
16. Koefisien Determinasi Model 1	81
17. Koefisien Determinasi Model 2	82
18. Hasil Uji Normalitas Model 1	84
19. Hasil Uji Normalitas Model 2	85
20. Hasil Uji Multikolinieritas Model 1	87
21. Hasil Uji Multikolinieritas Model 2	88
22. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tahap-tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	33
2. RerangkaPemikiran	39
3. Model Konseptual.....	40
4. Diagram Jalur.....	53
5. Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
6. Hasil Analisis Diagram Jalur.....	77
7. Grafik Uji Normalitas Data Model 1.....	86
8. Grafik Uji Normalitas Data Model 2.....	86
9. Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	89
10. Grafik Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Tabulasi Hasil Kuesioner
3. Tabulasi Frekuensi Data
4. Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Hasil Regresi
6. Hasil Grafik Normal Plot
7. Hasil Grafik Scatterplot
8. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
9. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Surat Ijin Riset dari STIESIA
11. Surat Keterangan Selesai Riset
12. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian